

Aktualisierung der Auswirkungsanalyse

zum geplanten Neubau des Edeka-Supermarktes in der Gemeinde Rust (Baden)

für die
Gemeinde Rust
Fischerstraße 51
77977 Rust

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeograph Joachim Schulte, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail schulte@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Köln, im Mai 2017

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise	4
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung	4
1.2 Methodische Vorgehensweise	5
2 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel.....	6
3 Standortseitige Aspekte.....	11
3.1 Makrostandort	11
3.2 Mikrostandort	13
4 Wettbewerbssituation	15
4.1 Projektrelevanter Wettbewerb in der Gemeinde Rust	15
4.2 Projektrelevanter Wettbewerb außerhalb der Gemeinde Rust.....	17
4.3 Fazit der Wettbewerbsanalyse	18
5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	20
5.1 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	20
5.2 Umsatzleistung und Marktabschöpfung des Planvorhabens	25
6 Auswirkungsanalyse.....	27
6.1 Umsatzzumlenkungseffekte	27
6.2 Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Baden- Württemberg	29
6.2.1 Kongruenzgebot	30
6.2.2 Beeinträchtigungsverbot.....	30
6.2.3 Integrationsgebot.....	31
7 Fazit der Auswirkungsanalyse.....	32

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel	6
Abbildung 2:	Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp	8
Abbildung 3:	Anzahl der Sortimente eines Supermarktes im Zeitvergleich (2009 und 2013)..	9
Abbildung 4:	Lage der Gemeinde Rust und zentralörtliche Gliederung	11
Abbildung 5:	Mikrostandort.....	13
Abbildung 6:	Wettbewerbssituation	16
Abbildung 7:	Relevante Wettbewerbssituation (Lebensmittelmärkte) nach Standorten	19
Abbildung 8:	Einzugsgebiet des Planvorhabens	21
Abbildung 9:	Touristisch bedingtes Kaufkraftpotenzial	24
Abbildung 10:	Marktanteile des geplanten Supermarktes in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten	26
Abbildung 11:	Umverteilungseffekte des Planvorhabens.....	28

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

In der Gemeinde Rust plant die Edeka Handelsgesellschaft Südwest mbH, den heute am Standort Alemannenstraße 1 in Rust ansässigen Edeka-Supermarkt zu verlagern und am Standort Franz-Sales-Straße/ K 5349 mit erweiterter Verkaufsfläche neu zu errichten. Die Bestandsfiliale verfügt heute über ca. 750 m² Verkaufsfläche, das Planvorhaben soll einschließlich eines „Backshops“ über eine Verkaufsfläche von ca. 1.352 m² verfügen.

In vergleichbarer Form wurde dieses Vorhaben bereits vor einigen Jahren verfolgt; allerdings konnte zunächst mit der zuständigen Regionalplanungsbehörde (Regierungspräsidium Freiburg) noch kein Einvernehmen hinsichtlich der zulässigen Größenordnung erzielt werden. Hierzu hatte die BBE Baden-Württemberg bereits im Jahr 2011 eine Auswirkungsanalyse erarbeitet.

Inzwischen ist jedoch unter Würdigung der mittlerweile veränderten Rahmenbedingungen die Bereitschaft signalisiert worden, am geplanten Standort grundsätzlich auch einen großflächigen Edeka-Supermarkt mitzutragen. Voraussetzung ist der gutachterliche Nachweis der Verträglichkeit i. S. von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) bzw. der Übereinstimmung mit den Zielen der Landes-/ Regionalplanung.

Da sich mittlerweile in der relevanten Umgebung Angebots- und Nachfragestrukturen verändert haben, insbesondere Einwohnerzahlen, Kaufkraftpotenziale und Angebotsstrukturen in den Nachbarkommunen, bedarf die damalige Untersuchung einer umfassenden Aktualisierung und einer Anpassung an die veränderten Rahmenbedingungen.

Die BBE Handelsberatung legt hiermit eine Aktualisierung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungsanalyse vor, die als Entscheidungsgrundlage im Genehmigungsverfahren Verwendung finden kann.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Grundlage der Analyse bilden Recherchen des Gutachters in der Gemeinde Rust und in den umliegenden Städten und Gemeinden. In Ergänzung erfolgt eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen wurden folgende Schritte durchgeführt:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
- Erhebung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte (v. a. Supermärkte und Lebensmittel-discounter) im Untersuchungsgebiet,
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Kommunen, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen wird unter Zugrundelegung der folgenden Faktoren durchgeführt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten,
- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet,
- Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur, den Marktauftritt und die Erreichbarkeit,
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.¹

Darauf aufbauend erfolgt eine Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen. Den Bezugsmaßstab dieser Prüfung stellt § 11 Abs. 3 BauNVO dar.

¹ Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfs (v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des mittel- und längerfristigen Bedarfs (u. a. Sportartikel oder Bekleidung / Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

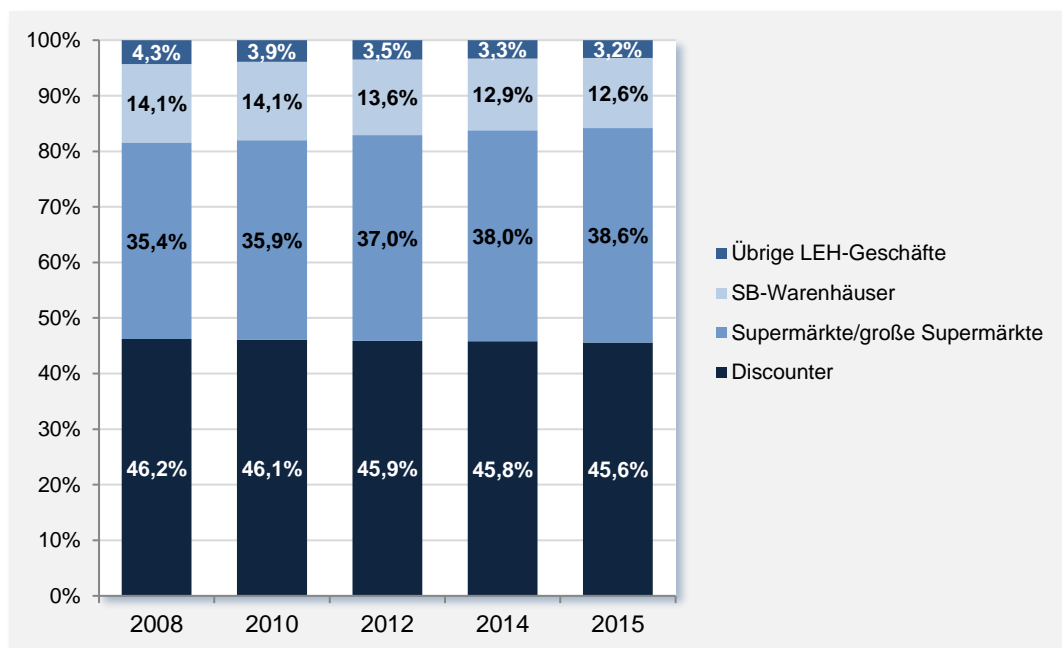
2 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Einordnung des Planvorhabens in einen übergeordneten Rahmen innerhalb der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden wesentliche Entwicklungen und Trends im Lebensmitteleinzelhandel sowie die Unterschiede in den Marktsegmenten „Supermarkt“ und „Discountmarkt“ aufgezeigt.

Der Ausgabenanteil für Lebensmittel hat im Gegensatz zu anderen Bereichen des Handels in den letzten Jahren leicht zugenommen. Dies resultiert zum einen aus Veränderungen der Nachfrage und steigenden Preisen sowie zum anderen aus einer Diversifizierung des Angebotes. Nachfrage-seitig haben verschiedene Lebensmittelskandale ein Umdenken in Gang gesetzt, das bei den Verbrauchern zu einer leicht gestiegenen Ausgabebereitschaft für qualitativ hochwertige Lebensmittel geführt hat. Insbesondere lässt sich dies am boomenden Absatz von Bio-Lebensmitteln ablesen, die inzwischen zum Sortiment aller Lebensmittelmärkte - vom Lebensmitteldiscounter bis zum Bio-Supermarkt - zählen.

Von den Einzelhandelsausgaben der deutschen Verbraucher in Höhe von ca. 510 Mrd. € entfallen ca. 261 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren).² Dies entspricht einem Anteil von ca. 51 % und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes, insbesondere der Nahrungs- und Genussmittel.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2016, BBE-Darstellung

² Vgl. IfH-BrancheninFORMATIONssystem, Marktvolumen 2015

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel ist insgesamt durch eine starke Dynamik geprägt, wobei das Wachstum der Branche vor allem durch zunehmende Nachverdichtung, Flächenausweitungen und Diversifizierung des Angebots generiert wird. Gleichzeitig weist die Branche eine hohe Konzentration auf Handels- und Lieferantenseite auf.

Aufgrund einer ausgeprägten Preisorientierung der deutschen Kunden und an veränderte Verbrauchervünsche angepasster Betriebskonzepte haben die Lebensmitteldiscounter in den letzten Jahrzehnten stark an Marktanteilen gewinnen können und sind seit einigen Jahren mit einem Marktanteil von ca. 46 % der am stärksten präsente Betriebstyp des Lebensmittelhandels (vgl. Abbildung 1).

Auch die Vollsortimenter konnten in den letzten Jahren aufgrund ihrer Anstrengungen bei der Weiterentwicklung der Konzepte wieder Marktanteile hinzugewinnen. Die aktuellen Zahlen des EHI weisen für Supermärkte und SB-Warenhäuser einen Marktanteil von zusammen rd. 51 % aus.

Um sich gegenüber den konkurrierenden Vertriebstypen wie den Lebensmitteldiscountern und den SB-Warenhäusern besser profilieren zu können, wurden Supermarktkonzepte aller Betreiber in der Vergangenheit strukturellen Veränderungen unterzogen.³ So hat beispielsweise die Gestaltung der Bedientheken für Frischeprodukte (Wurst, Fleisch, Käse, Delikatessen, etc.) deutlich an Qualität gewonnen. Aktuelle Veröffentlichungen zeigen, dass sich die Neupositionierung der Supermärkte mit dem Fokus auf Qualität, Frische, Atmosphäre, Beratung etc. auszahlt.

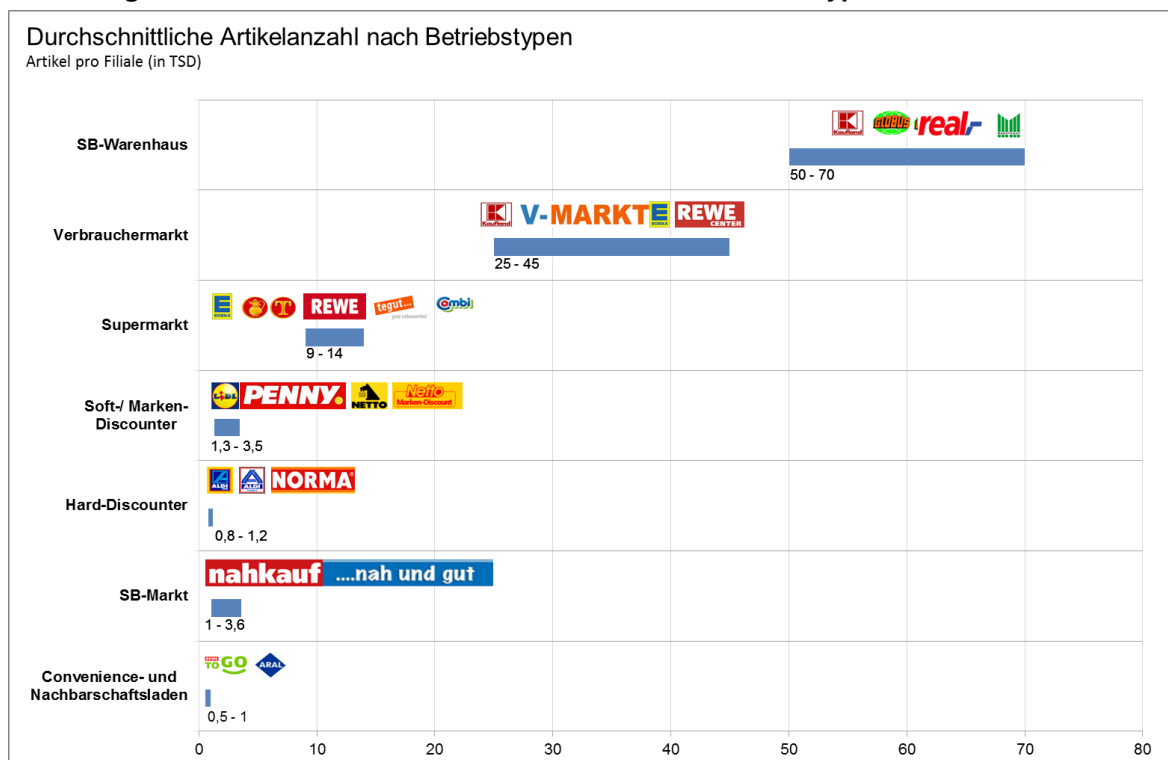
Anders als Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser stellen die Lebensmitteldiscounter keine Vollsortimenter dar. Auf einer Verkaufsfläche von bis zu 1.500 m² bieten Lebensmitteldiscounter ein schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl an. Die Attraktivität der Lebensmitteldiscounter basiert also auf einem preislichen Vorteil, kombiniert mit einer überschaubaren Anzahl an Artikeln.

Der Umfang eines durchschnittlichen Supermarktsortiments weist knapp 12.000 Artikel (bei großen Supermärkten ca. 35.000 – 40.000 Artikel) auf, so dass ein umfassendes nahversorgungsbezogenes Angebot vorhanden ist. Damit stehen Supermärkte zwischen den preisorientierten Lebensmitteldiscountern mit eng umgrenztem Sortiment und den Verbrauchermärkten bzw. SB-Warenhäusern, deren Sortiment weit über das der Nahversorgung hinausgeht und bereits den mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich abdeckt. SB-Warenhäuser zielen mit ihrem erweiterten Sortiment somit nicht primär auf eine Nahversorgung ab, sondern führen ein deutlich erweitertes Angebot.

In der Praxis versorgt sich der Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei durchschnittlich 4,25 Betriebsformen. Idealtypischer Weise wird der Grundbedarf beim Lebensmitteldiscounter eingekauft, die Produkte, die dort nicht erhältlich sind oder die man dort nicht kaufen möchte, werden bei ergänzenden Wettbewerbern nachgefragt.

³ Große Supermärkte grenzen sich gegenüber Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern durch eine weitgehende Angebotskonzentration auf Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren ab, während Nonfood-Sortimente nur in sehr geringem Maße angeboten werden.

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp



Quelle: BBE Handelsberatung

Ein Grund für die Entwicklung von zunehmend größeren Flächen bei Supermärkten ist die Notwendigkeit, sich stärker von Lebensmitteldiscountern abzusetzen, deren Flächengrößen seit Jahren wachsen. Übersichtlichkeit und angenehme Atmosphäre sind bei der deutlich größeren Artikelzahl der Supermärkte nur auf einer größeren Verkaufsfläche zu realisieren.

Insgesamt sind für einen größeren Flächenbedarf folgende Entwicklungen entscheidend:

- Die Nachfrage nach Convenience-Produkten (z. B. Tiefkühl- und Halbfertigware, Fertigsalate) ist in den letzten Jahren konstant angestiegen. Daher sind größere Kühlregale und Tiefkühlbereiche erforderlich. Auch die gestiegene Nachfrage nach Bio-Produkten erfordert, dass einzelne Artikel sowohl in Bio-Qualität als auch konventionell hergestellt angeboten werden (u. a. Obst & Gemüse, Kaffee, Fleisch- / Wurstwaren).

Der Preiswettbewerb führt gleichzeitig dazu, dass Supermärkte verstärkt günstige Eigenmarken anbieten, die auf dem Preisniveau von Lebensmitteldiscountern liegen. Damit werden gleichartige Produkte als Industriemarke und als Eigenmarke angeboten, so dass ein zusätzlicher Flächenbedarf resultiert.

Vor diesem Hintergrund ist es – wie in folgender Abbildung dargestellt – in den letzten Jahren zu einer zunehmenden Artikelzahl gekommen. Bei den Supermärkten ist darauf hinzuweisen, dass sich die zunehmende Artikelzahl ausschließlich auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Food und Non-Food I) bezieht, während gleichzeitig die Zahl der zentrenrelevanten Sortimente (Non-Food II) reduziert wurde.

Abbildung 3: Anzahl der Sortimente eines Supermarktes im Zeitvergleich (2009 und 2013)

Sortimentsbereiche / -gruppen	2009	2013	Differenz
Frischwaren (u. a. Fleisch, Wurst, Fisch, Geflügel, Obst und Gemüse, Molkereiprodukte, Eier, Backwaren)	2.108	2.450	+ 342
Tiefkühlkost / Eis	533	560	+ 27
Trockensortiment (u. a. Konserven, Kaffee, Tee)	5.285	5.750	+ 465
Summe Food	7.926	8.760	+ 834
Non-Food I (Drogeriewaren, Tiernahrung, Tierpflege)	1.578	2.010	+ 432
Non-Food II (u. a. Haushaltswaren, Textilien)	1.025	840	- 185
Summe Non-Food	2.603	2.850	+ 247
Summe Supermarkt	10.529	11.610	+ 1.081

Quelle: EHI, Handel aktuell 2015/ 2016

- Die Kunden erwarten möglichst geringe Wartezeiten in den Bedienabteilungen. Daher wird bei Supermärkten zunehmend ein Teil der Frischwaren (insbesondere Fleisch- und Wurstwaren sowie Käse) zusätzlich in Kühlmöbeln zur Selbstbedienung angeboten, um den Personalaufwand zu begrenzen.
- Um eine angenehmere Ladenatmosphäre und attraktivere Warenpräsentation bei gleichzeitig besserem Überblick und besserer Orientierung zu erreichen, wird bei neuen Lebensmittelmärkten eine niedrigere Höhe der Regale gewählt. Dies führt bei gleichem Sortiment zu einer größeren Verkaufsfläche.
- Im Sinne der Verbesserung der Ladenatmosphäre und einer vereinfachten, zeitsparenden Warenbestückung werden die Laufwege und Gänge in den Märkten breiter als früher gestaltet. Als Faustregel wird hier im Idealfall eine Breite gewählt, die drei Einkaufswagen nebeneinander zulässt. Der Kunde soll sich in Ruhe im Regal umsehen können, ohne sich von anderen Kunden zum Weiterfahren gedrängt zu fühlen. Auch der Kassenbereich soll nicht den Charakter einer reinen „Warteschlange“ haben, sondern ein offener Bereich sein, der zu Zusatzkäufen anregt. Angebote für ältere Kundengruppen (Ruhezonen, Sitzbänke) erfordern weitere Flächen.
- Den Kunden werden verstärkt saisonale und regionale Artikel außerhalb der Regale auf Zusatzflächen in Form von Sonder-, Aktions- und Zweitplatzierungen präsentiert. Außerdem werden Abteilungen, die eine besondere Lebensqualität (z. B. Wein, Feinkost, Obst) vermitteln sollen, entsprechend aufwendig und großzügiger gestaltet.

Größere Flächen führen dabei jedoch nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung.

Ordnet man das in Rust verfolgte Planvorhaben in die aufgezeigten Vertriebskonzepte im Lebensmitteleinzelhandel sowie die aktuellen Marktentwicklungen im Lebensmittelsektor ein, so ist Folgendes festzuhalten:

- Per Definition ist der zu betrachtende Lebensmittelmarkt dem Betriebstyp „Supermarkt“ zuzuordnen, so dass es sich beim Planvorhaben um einen Lebensmittelvollversorger handelt.
- Der Supermarkt soll eine Verkaufsfläche von ca. 1.352 m² aufweisen, die im Hinblick auf ihre Dimensionierung in der unteren Größenordnung moderner Supermärkte rangiert.
- Wie oben aufgezeigt, begründet sich der gegenüber einem Lebensmitteldiscountmarkt erhöhte Verkaufsflächenbedarf in der deutlich größeren Anzahl an Artikeln, der Angebotstiefe und -breite sowie der Raumsprüche für Bedientheken (Wurst und Käse) und der Präsentationsflächen für Obst und Gemüse, wodurch eine Profilierung gegenüber den Lebensmitteldiscountern geschaffen werden soll.

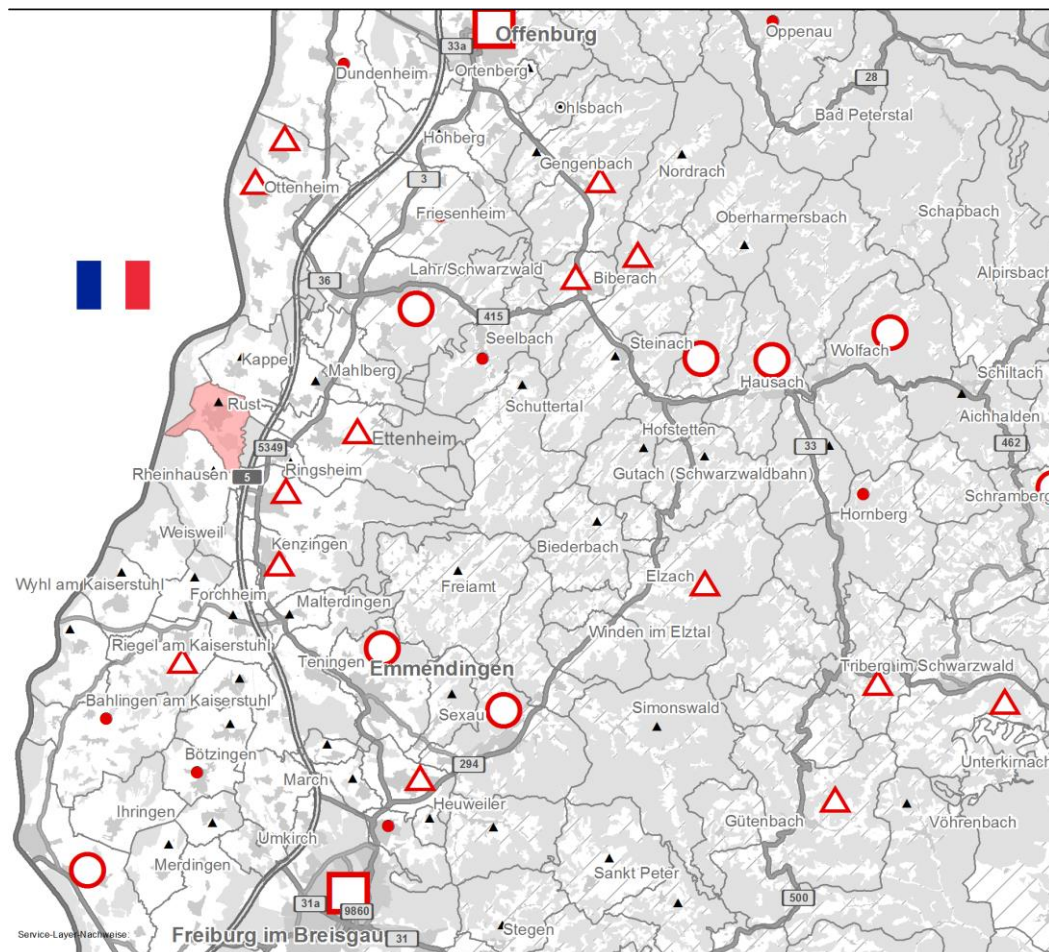
3 Standortseitige Aspekte

3.1 Makrostandort

Lage und zentralörtliche Funktion

Rust ist eine Gemeinde im Ortenaukreis in Baden-Württemberg. Im Norden grenzt Rust an die Gemeinde Kappel-Grafenhausen, im Osten an die Gemeinde Ringsheim, im Süden an Rheinhausen im Landkreis Emmendingen und im Westen an das gemeindefreie Gebiet Rheinau bzw. westlich des Rheins an die französische Gemeinde Rhinau. Die Gemeinde Rust liegt in ca. 40 km nördlicher Entfernung von Freiburg im Breisgau und ca. 40 km südlicher Entfernung von Offenburg.

Abbildung 4: Lage der Gemeinde Rust und zentralörtliche Gliederung



Zentralörtliche Gliederung

- Oberzentrum
- Kleinzentrum
- Mittelzentrum
- ▲ Gemeinde mit Eigenentwicklung
- △ Unterzentrum
- Gemeindegebiet Rust



Kartengrundlage: infas geodaten, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Darstellung

Bevölkerungsdaten und Siedlungsstruktur

Die Gemeinde Rust weist ein Bevölkerungspotenzial von 4.093 Einwohnern auf.⁴ Zur Gemeinde gehören außer dem Ort Rust keine weiteren Ortschaften.

Erreichbarkeit und Verkehr

Hinsichtlich der verkehrlichen Erreichbarkeit ist die Gemeinde Rust über die Autobahnanschlussstelle Rust (57 b) an die Bundesautobahn A 5 angebunden.

Rust gehört dem Tarifverbund Ortenau an; Buslinien verbinden Lahr/ Schwarzwald, Ettenheim, Ringsheim, Orschweier und Herbolzheim.

Berufspendlerströme

Im Untersuchungszusammenhang sind auch die Pendlerströme von Bedeutung, da ein Teil des Nahversorgungsbedarfs auch am Arbeitsort eingekauft wird. Die Erwerbsbevölkerung der Gemeinde Rust weist im Saldo eine Binnenorientierung auf. In Bezug auf die Pendler ergibt sich bei 2.679 Einpendlern und 1.348 Auspendlern ein positiver Pendlersaldo von 1.331 Erwerbspersonen, was die Stellung der Gemeinde Rust als Arbeitsplatzstandort unterstreicht.⁵

Aufgrund der Standortnähe zum Europa-Park und zu den Fremdenverkehrsbetrieben in der Gemeinde Rust kann sicherlich ein Teil der Beschäftigten bzw. der Berufseinpender vom Betreiber des Planvorhabens als Kunden gewonnen werden. Auch ist auf die relativ hohe Zahl an Beschäftigten aus Frankreich allein im Europa-Park hinzuweisen.

⁴ Quelle: Gemeinde Rust (lt. Fortschreibung), Stand: 30.06.2016

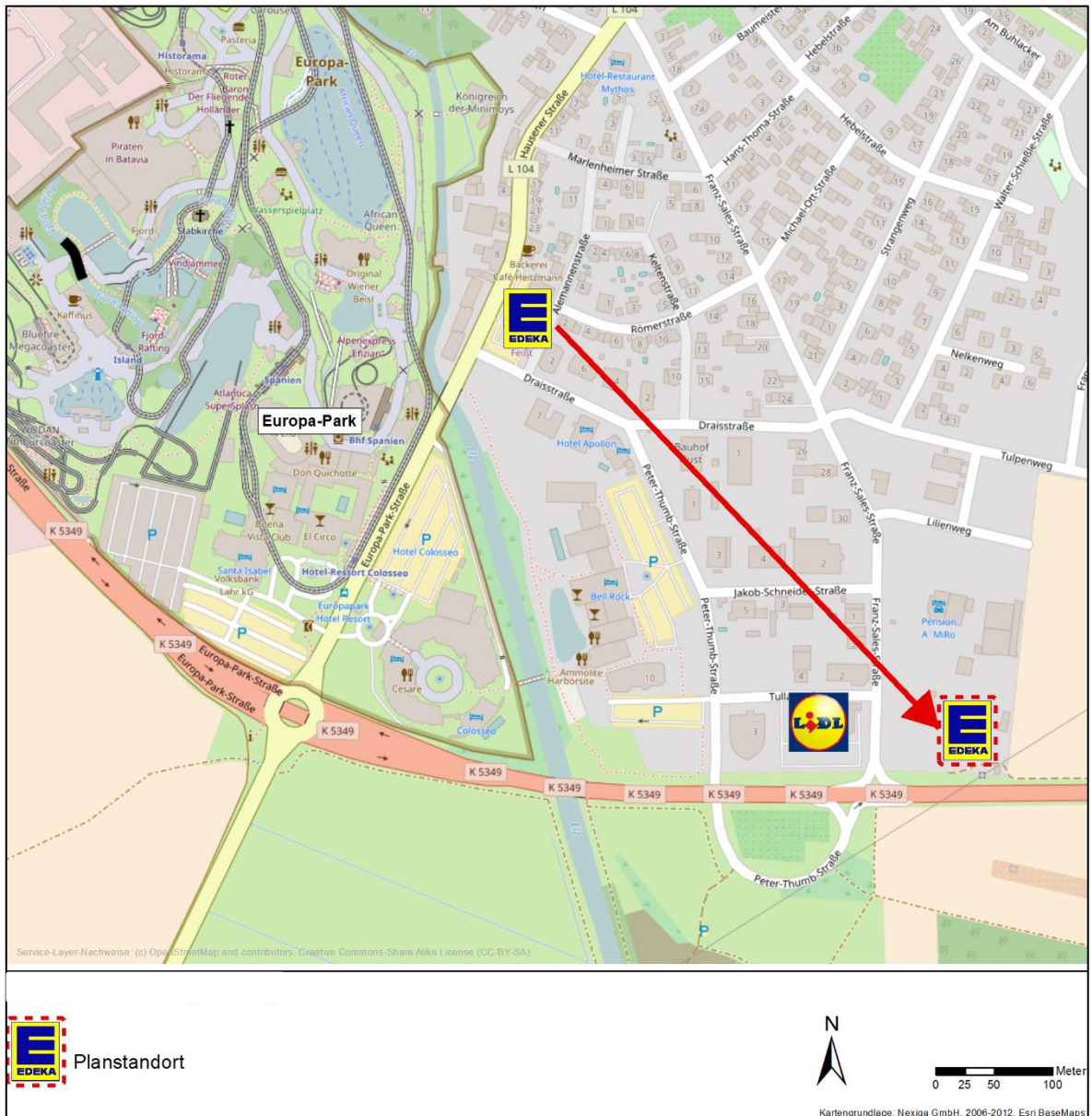
⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 2013

3.2 Mikrostandort

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Das Plangrundstück befindet am südlichen Ortsrand der Gemeinde Rust an der Franz-Sales-Strasse nördlich der Kreisstraße K 5349.

Abbildung 5: Mikrostandort



Quelle: Eigene Darstellung

Derzeit befindet sich der Edeka-Supermarkt am Standort Alemannenstraße 1 ca. 500 Meter nordwestlich des Planstandortes. Die Bestandsfiliale verfügt aktuell über eine Verkaufsfläche von lediglich ca. 750 m², so dass die Voraussetzungen zur Umsetzung eines modernen Supermarkt-Vertriebskonzeptes fehlen. Zudem sind die Parkmöglichkeiten am Bestandsstandort begrenzt; der Kundenparkplatz umfasst nur 56 Stellplätze. Die Neuerrichtung eines größeren Gebäudes mit ausreichend dimensioniertem Kundenparkplatz ist auf dem Grundstück der Bestandsfiliale aufgrund fehlender Flächenkapazitäten nicht möglich.

In unmittelbarer Nähe des Planstandortes ist mit einem Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt bereits ein strukturprägender Lebensmittelmarkt ansässig, der wichtige Versorgungsfunktionen für die Gemeinde Rust übernimmt. Darüber hinaus wird das Standortumfeld insbesondere durch mehrere Hotels und den nahegelegenen Europa-Park bestimmt.

Das unmittelbare Standortumfeld weist keine Wohnbebauung auf. Über die Franz-Sales-Straße besteht jedoch eine direkt Anbindung an die in ca. 400 Metern Entfernung nördlich des Planstandortes gelegenen Wohnsiedlungsbereiche.

Verkehrliche Situation des Planstandortes

Die verkehrliche Anbindung des Mikrostandortes erfolgt über die Kreisstraße K 5349, die auch die Hauptzufahrtsstraße zum Europa-Park darstellt. Die Entfernung zur Bundesautobahn A 5 beträgt ca. 3 Kilometer.

Insgesamt besteht eine funktionsfähige Einbindung in die Verkehrsinfrastruktur der Gemeinde Rust und der Nachbarkommunen.

4 Wettbewerbssituation

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die geplante Ansiedlung des Supermarktes in Rust hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Gemeindegebiet von Rust und im erweiterten Umfeld, d. h., in den umliegenden Kommunen, erforderlich.

Die Wettbewerbssituation wird im projektierten nahversorgungsrelevanten Kernsortiment (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) wesentlich durch die Lebensmittelmärkte geprägt, während der kleinteilige Einzelhandel (Lebensmittelfachgeschäfte) nur in begrenztem Maße von der Neuaufstellung eines Supermarktes betroffen sein wird. Dies resultiert daraus, dass Systemwettbewerber (= Supermärkte, Discountmärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) als Betriebe, die dem Versorgungseinkauf dienen und eine große Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen stärkeren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten als das Lebensmittelhandwerk oder spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte (z. B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler) bzw. der sonstige Fachhandel.

Die Darstellung der Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand Rechnung, so dass in erster Linie die strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Untersuchungsgebiet betrachtet werden.

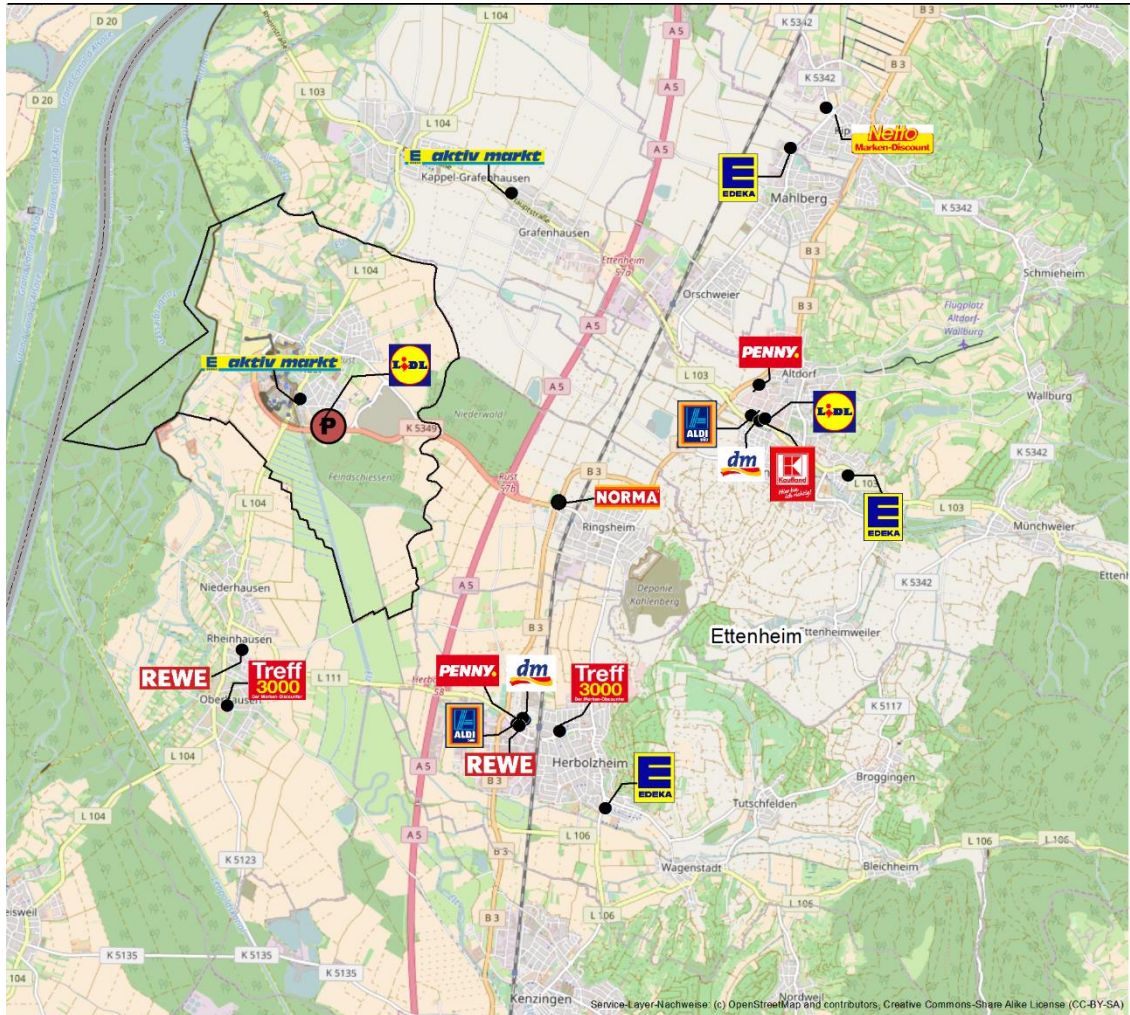
Alle relevanten Wettbewerber im Untersuchungsraum wurden von BBE-Mitarbeitern differenziert nach Standort, Verkaufsfläche sowie Sortimentsschwerpunkt erhoben. Die Erhebungsergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst dargestellt.

4.1 Projektrelevanter Wettbewerb in der Gemeinde Rust




In der Gemeinde Rust sind mit einem modernen Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt und einem Edeka-Supermarkt (Bäcker als Konzessionär), der im Rahmen des Planvorhabens verlagert und erweitert werden soll, zwei Lebensmittelmärkte untersuchungsrelevant. Im Hinblick auf die derzeitige Immobilie des Edeka-Marktes wurde zwischenzeitlich diskutiert, diese nach Etablierung des neuen Edeka-Marktes mit einem Treff 3000 (Discounter) wieder zu belegen. Diese Planung wird allerdings nicht weiterverfolgt, da eine Nachnutzung der Edeka-Immobilie als Lebensmittelmarkt aufgrund der gegebenen Wettbewerbssituation und der vorliegenden Kaufkraftpotenziale auch aus marktwirtschaftlicher Sicht wenig aussichtsreich erscheint - zumal die Entfernung zum Planvorhaben nur ca. 500 Meter beträgt. Vor diesem Hintergrund wird in vorliegender Auswirkungsanalyse nicht von einer Nachnutzung der Altimmobilie durch einen Lebensmittelmarkt ausgegangen.

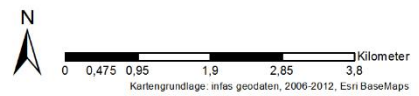
Darüber hinaus ist das Einzelhandelsangebot der Gemeinde Rust durch eine überschaubare Anzahl überwiegend kleinstrukturierter und dispers angeordneter Einzelhandel- bzw. Lebensmittelhandwerksbetriebe gekennzeichnet. Der Branchenschwerpunkt der Einzelhandelsbetriebe liegt bei den Gütern des täglichen Bedarfs. Die Einzelhandelsbetriebe sind im Wesentlichen auf die Eigenversorgung der Gemeinde Rust ausgerichtet.

Abbildung 6: Wettbewerbssituation



Wettbewerbssituation

-  Projektstandort
-  Gemeindegebiet Rust
-  Landesgrenze (D - FR)



Quelle: eigene Darstellung

4.2 Projektrelevanter Wettbewerb außerhalb der Gemeinde Rust

Außerhalb der Gemeinde Rust sind zudem die Lebensmittelmärkte in einigen umliegenden Städten und Gemeinden untersuchungsrelevant.

Gemeinde Kappel-Grafenhausen

In der Gemeinde Kappel-Grafenhausen, in ca. 4 km Entfernung im Norden der Gemeinde Rust, ist ein Edeka-Supermarkt mit einem Bäcker als Konzessionär im Ortsteil Grafenhausen als Hauptwettbewerber ansässig.

Wie in der Gemeinde Rust ist auch in der Gemeinde Kappel-Grafenhausen geplant, den Edeka-Supermarkt durch einen vergrößerten Neubau zu ersetzen.

Gemeinde Rheinhausen

Im Süden der Gemeinde Rust, in rd. 3 – 4 km Entfernung vom Planvorhaben, wird die Nachbargemeinde Rheinhausen im Landkreis Emmendingen dem Untersuchungsgebiet zugezählt. In der Gemeinde Rheinhausen sind ein Rewe-Supermarkt und ein Treff 3000-Discountmarkt als Hauptwettbewerber verortet. Die Rewe-Filiale ist ein moderner Supermarkt mit einem Bäcker als Konzessionär. Dagegen ist der Discountmarkt Treff 3000, der ebenfalls einen Bäcker als Konzessionär aufweist, als modernisierungsbedürftig zu bewerten und verfügt über keine eigenen Pkw-Stellplätze für seine Kunden.

Gemeinde Ringsheim

In der Gemeinde Ringsheim, die im Südwesten an die Gemeinde Rust angrenzt, ist in ca. 5 km Entfernung zum Planstandort ein moderner Norma-Lebensmitteldiscountmarkt als einer der Hauptwettbewerber des Planvorhabens zu berücksichtigen. Dieser Lebensmittelmarkt befindet sich in Ortsrandlage und verfügt über eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend Pkw-Stellplätze. Das Standortumfeld ist gewerblich geprägt.

Stadt Ettenheim

In der Stadt Ettenheim, die sich in ca. 8 km östlicher Richtung vom Planstandort befindet, ist innerhalb des Untersuchungsgebietes das umfassendste Einzelhandelsangebot verortet.

Hier ist mit einem Kaufland-Markt am Standort Am Bahndamm 3 - 5 auch der einzige Verbrauchermarkt im Untersuchungsgebiet ansässig. Der Verbrauchermarkt verfügt derzeit über eine Verkaufsfläche von rd. 3.420 m² einschließlich der Kassenzone und den Mietflächen für einen Bäcker, einen Metzger und eine Lotto-/ Toto-Annahmestelle mit Zeitungsverkauf als Konzessionäre. Kaufland plant, den Verbrauchermarkt abzureißen und neu zu errichten. Die geplante Neuaufstellung des Kaufland-Verbrauchermarktes wird mit einer Verkaufsflächenerweiterung um ca. 634 m² auf 4.050 m² Verkaufsfläche (inkl. Konzessionäre) einhergehen.

Außerhalb der Siedlungsstrukturen befinden sich in der Stadt Ettenheim weitere Lebensmittelmärkte. So wurden im Bereich des Gewerbegebietes Radackern I – III (Tullastraße) neben Fachmärkten mit zentren- und nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment die zwei Lebensmitteldiscounter

Aldi und Lidl angesiedelt. Ergänzt wird das nahversorgungsrelevante Angebot in diesem Standortbereich um einen dm-Drogeriemarkt. Die beiden Lebensmitteldiscountmärkte Aldi und Lidl sowie der Drogeriemarkt dm sind moderne Betriebe mit einer zeitgemäßen Verkaufsflächendimensionierung und einem großzügigen Pkw-Stellplatzangebot.

Weiter nördlich ist entlang der B 3 ein weiterer Fachmarktstandort verortet; dort wurden neben einem zeitgemäßen Penny-Lebensmitteldiscountmarkt weitere Einzelhandelsbetriebe (v. a. Deichmann, Takko, TEDI, Mister + Lady, Studio K, kik) angesiedelt.

Im Osten der Kernstadt von Ettenheim ist in siedlungsintegrierter Lage zudem ein moderner Edeka-Supermarkt mit einem Bäcker als Konzessionär ansässig.

Stadt Herbolzheim

Die Stadt Herbolzheim befindet sich ebenfalls südwestlich vom Planstandort. Die Entfernung beträgt ca. 7 km. Als strukturprägende Lebensmittelmärkte sind in der Stadt Herbolzheim zwei Supermärkte (Rewe, Edeka) mit einem Bäcker als Konzessionär und drei Lebensmitteldiscountmärkte (Aldi, Penny, Treff 3000) ansässig.

4.3 Fazit der Wettbewerbsanalyse

Im Fazit lässt sich festhalten, dass der Edeka-Markt, der im Rahmen des Planvorhabens verlagern und erweitern möchte, einen strukturprägenden Lebensmittelmarkt mit hoher Versorgungsbedeutung, insbesondere für die Gemeinde Rust darstellt.

Im Untersuchungsgebiet ist die Versorgungsstruktur derzeit im Wesentlichen durch einen Betriebsformenmix aus Supermärkten und Discountmärkten geprägt. Lediglich in der Stadt Ettenheim befindet sich zudem ein Verbrauchermarkt (Kaufland).

Die Abbildung 7 fasst die Verkaufsflächen und Umsatzleistungen der für das Planvorhaben primär wettbewerbsrelevanten Wettbewerber - die strukturprägenden Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet - zusammen:

Abbildung 7: Relevante Wettbewerbssituation (Lebensmittelmärkte) nach Standorten

Lebensmittelmärkte am Standort: ¹	Verkaufsfläche	Umsatz
	in m ²	in Mio. €
Gemeinde Rust	1.600	8,8
Ettenheim	7.600	43,0
Ringsheim	800	2,8
Herbolzheim	5.850	29,5
Rheinhausen	1.950	7,3
Kappel-Grafenhausen	700	2,8
Hauptwettbewerber außerhalb von Rust	16.900	85,4
Untersuchungsraum gesamt	18.500	94,2

¹ inkl. Nonfood-Sortimente
² inkl. des zu untersuchenden Edeka-Supermarktes in der Gemeinde Rust
Quelle: BBE-Erhebungen/ Berechnungen 2017

5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

5.1 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

Das Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes umfasst den Raum, aus dem dieser den überwiegenden Teil seines Umsatzes generiert und dadurch einen hohen Marktanteil erreicht. Es markiert somit denjenigen städtischen Teilraum, in dem das Ansiedlungsvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung für die wohnungsnahe Versorgung übernimmt.

Unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation wird das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt prognostiziert. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,⁶
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Gemeinde.

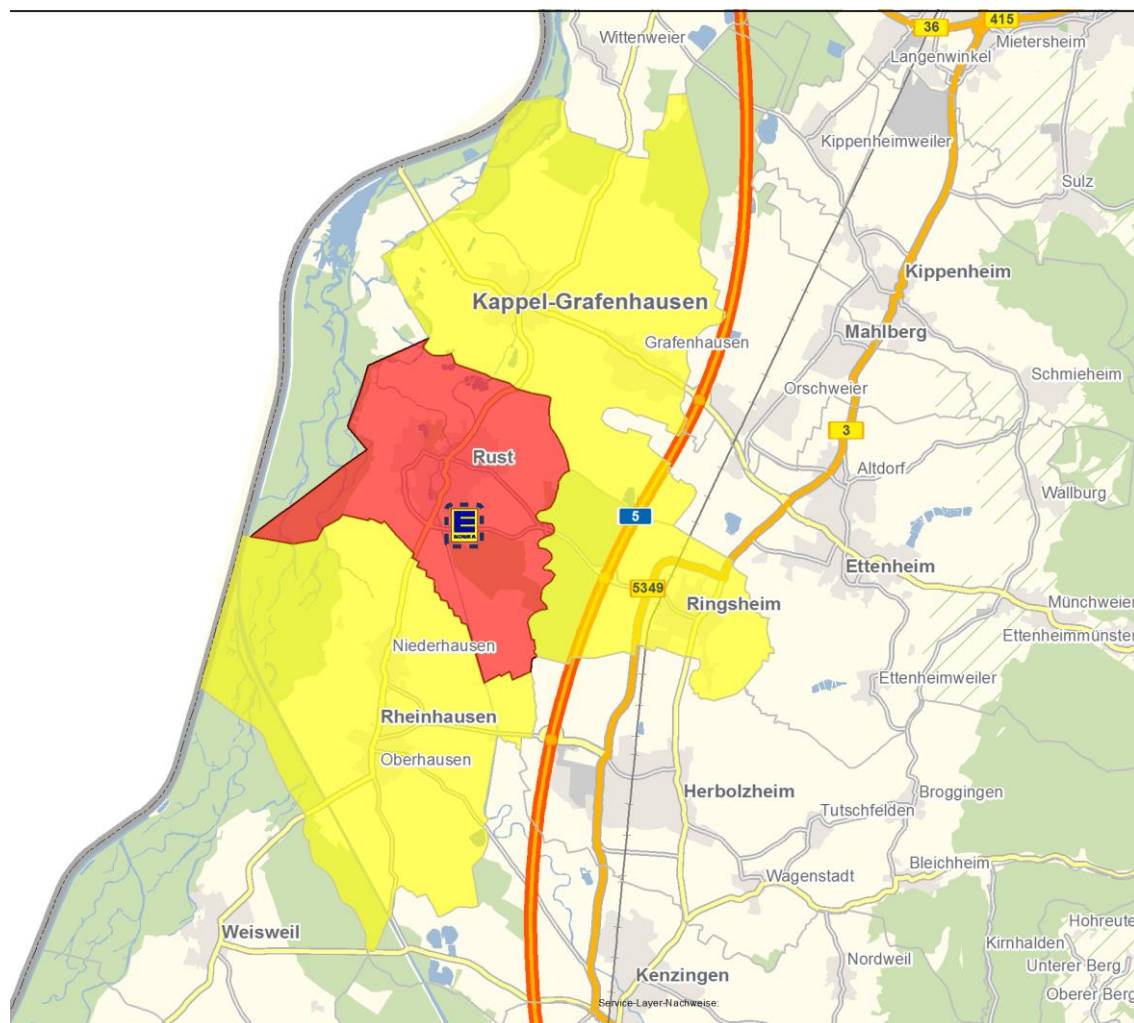
Vor allem aufgrund bestehender Wettbewerbsstrukturen, der Lage des Planvorhabens, des Bevölkerungspotenzials im Standortumfeld und der Nahversorgungsfunktion des geplanten Supermarktes ist von einem Einzugsgebiet auszugehen, welches sich im Wesentlichen auf das Gemeindegebiet Rust (**Zone I**, ca. 4.100 Einwohner) bezieht. Darüber hinaus kann ein erweitertes Einzugsgebiet (**Zone II**) erschlossen werden, das die Nachbargemeinden Rheinhausen (ca. 3.730 Einwohner) im Süden, Ringsheim (ca. 2.280 Einwohner) im Osten und Kappel-Grafenhausen im Norden umfasst (ca. 4.960 Einwohner). So ist der Planstandort aus der im Süden der Gemeinde Rust gele-

⁶ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).

genen Gemeinde Rheinhausen über die L 104 gut zu erreichen. Über die K 5349 ist das Planvorhaben auch aus der Gemeinde Ringsheim gut erreichbar. Auch die im Norden von Rust gelegene Gemeinde Kappel-Grafenhausen wird trotz des hier ansässigen Edeka-aktiv-Markts zum erweiterten Einzugsgebiet gezählt, da es sich beim Planvorhaben um einen moderneren und größeren Edeka-Markt handelt, der somit auch in Konkurrenz zum Edeka-aktiv-Markt in Kappel-Grafenhausen stehen wird.

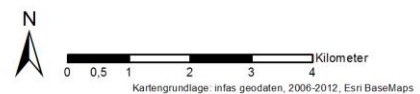
Insgesamt verfügt das Einzugsgebiet des Planvorhabens somit über ein **Bevölkerungspotenzial von rd. 15.070 Einwohnern**.

Abbildung 8: Einzugsgebiet des Planvorhabens



Einzugsgebiet

-  Projektstandort
-  Zone I
-  Zone II



Quelle: BBE-Darstellung

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell ca. 2.648 € für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren)⁷, gewichtet mit der gemeindespezifischen Kaufkraftkennziffer.

Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in Rust verfügbaren Nettoeinkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Kaufkraftkennziffer der Gemeinde Rust lag im Jahr 2016 bei 100,1 und somit im Bundesdurchschnitt (= 100,0). Die Kommunen Rheinhausen (99,2), Ringsheim (98,8) und Kappel-Grafenhausen (98,7) verfügen dagegen über leicht unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffern.⁸

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im abgegrenzten Einzugsgebiet ein **Kaufkraftvolumen** in Höhe von ca. 39,4 Mio. € im Jahr für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren zur Verfügung. Hiervon entfallen auf die Zone I, d. h., auf die Gemeinde Rust ca. 10,9 Mio. € und auf die Zone II ca. 28,5 Mio. €.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind insbesondere aufgrund der Grenznähe der Gemeinde Rust zu Frankreich, der unmittelbaren Nähe zum Europa-Park und der Verkehrsgunst des Planstandortes in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sogenannte „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt.

Exkurs: Besucher des Europa-Parks und Übernachtungsgäste

Gemäß Regionalplan ist die Gemeinde Rust im Ortenaukreis als regionalbedeutsamer Standort für Tourismus eingestuft. Zusammen mit der Nachbargemeinde Ringsheim bildet Rust den Zweckverband Tourismus - Dienstleistungen - Freizeit. Das Plan- und Verbandsgebiet liegt in der Rheinebene.

Die Tourismusdestination „Europa-Park“ übt eine hohe Anziehungskraft aus und stellt einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor für die gesamte Region dar. Profiteure des Tourismus sind in erster Linie die ansässigen gastgewerblichen Betriebe. Darüber hinaus können sich aber auch für den Einzelhandel nennenswerte Mehrumsätze ergeben.

So zählt der Freizeitpark jährlich ca. 4,6 Mio. Besucher, wovon mit mehr als 90 % der Großteil auf die Sommersaison entfällt. Etwa 49 % der Besucher kommen aus Deutschland und jeweils ca.

⁷ Quelle: BBE-Berechnungen auf Basis von IfH-Daten (Stand Dezember 2015)

⁸ Quelle: MB-Research, Kaufkraft nach Sortimenten 2015

20 % aus Frankreich und der Schweiz. Der Rest von ca. 11 % verteilt sich auf viele verschiedene Nationen.

In der Gemeinde Rust gibt es - neben dem Hotel- und Camping-Angebot des Europa-Parks - zahlreiche und vielfältige Übernachtungsmöglichkeiten. Davon befinden sich gemäß Gastgeberverzeichnis der Gemeinde Rust ca. 65 % der Betten in Hotels, Pensionen bzw. Gästehäusern oder bei Privatvermietern. Rund 35 % entfallen auf Ferienwohnungen und Übernachtungsmöglichkeiten auf dem Campingplatz.

Die Übernachtungszahlen in der Gemeinde Rust belaufen sich auf rd. 921.000 Übernachtungen pro Jahr.⁹ Nach Angaben der Gemeinde Rust wurden bei steigender Tendenz im Jahr 2014 rd. 286.000 Übernachtungen registriert (nicht eingerechnet sind die Übernachtungen in den zahlreichen Hotels des Europa-Park).¹⁰ Die Übernachtungszahlen innerhalb der Hotels im Europa-Park würden sich somit auf rd. 635.000 Übernachtungen pro Jahr belaufen.

Da die Hotelgäste sich innerhalb des Europa-Parks in einem relativ geschlossenen autarken Bereich aufhalten, ist zu unterstellen, dass nur wenig Kaufkraft der Übernachtungsgäste der Hotels des Parks in den Einzelhandel von Rust abfließt bzw. im Planobjekt gebunden werden kann. Die BBE geht deshalb davon aus, dass nur ein geringer Anteil der Hotelgäste (ca. 5 %) Lebensmittel und Non-Food-Artikel im Einzelhandel der Gemeinde Rust inklusive des Planobjektes einkaufen wird. Für die Übernachtungsgäste betragen die einzelhandelsrelevanten Ausgaben nach den Zahlen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr in München ca. 12 € pro Übernachtung. Hiervon sind ca. 3,00 € dem Lebensmittelbereich zuzuordnen. Bei einem durchschnittlichen Einkaufsbetrag für Nahrungs- und Genussmittel von ca. 3,00 € würde hieraus ein Ausgabevolumen für Rust von ca. 0,1 Mio. € p. a., bezogen auf alle relevanten Anbieter, generiert werden.

Die Besucher des Europa-Parks und der Veranstaltungen kommen in erster Linie, um die vielfältigen Möglichkeiten im Park zu nutzen bzw. die Veranstaltungen zu besuchen. Hierzu zählt u. a. auch die Gastronomie im Park. Bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 8,3 Stunden und einer durchschnittlichen Anreisedauer von 2,2 Stunden wird im Folgenden davon ausgegangen, dass nur ein geringer Anteil der Besucher bzw. Besuchergruppen (z. B. Familien), d. h., etwa 2 % bzw. 92.000 Parkbesucher, einen Lebensmitteleinkauf im Planobjekt tätigen wird. Hieraus errechnet sich ein Marktpotenzial von ca. 1,3 Mio. € p. a., bezogen auf alle relevanten Lebensmittelbetriebe.

Bei den Übernachtungsgästen außerhalb des Europa-Parks sind die ca. 65 % der Übernachtungsgäste (ca. 186.000 Übernachtungen) in Hotels, Pensionen bzw. Gästehäusern oder bei Privatvermietern zu berücksichtigen. Somit errechnet sich ein einzelhandelsbezogenes Ausgabevolumen

⁹ Quelle: Statistik Baden-Württemberg, Stand: 2014; abgerufen von <http://www.statistik-bw.de/Presse/Pressemitteilungen/2015038>

¹⁰ Quelle: Gemeinde Rust, Stand: 2014; abgerufen von <https://www.rust.de/de-de/leben-in-rust/gemeindeportrait/zahlen-fakten>

durch die sonstigen Ruster Übernachtungsgäste (ohne die Hotels des Europa-Parks) von ca. 2,2 Mio. € p. a.; hiervon entfallen rd. 0,6 Mio. € p. a. auf den Lebensmittelbereich.

Vom Campingplatz des Europa-Parks aus führt eine direkte Straßenanbindung in die Gemeinde Rust. Es ist daher davon auszugehen, dass ein Teil des täglichen Bedarfs hier gedeckt wird. Die Ausgaben der Campinggäste im Einzelhandel liegen in der Regel deutlich über den entsprechenden Ausgaben von Hotelgästen u. ä. Für die Camper ist ein lebensmittelorientierter Ausgabebetrag von ca. 6,50 € pro Kopf und Tag anzusetzen. Der Campingplatz des Europa-Parks ist von Anfang April bis Anfang November und im Winter von Ende November bis Anfang Januar des Folgejahres geöffnet. Da rund 35 % auf Ferienwohnungen und Übernachtungsmöglichkeiten auf dem Campingplatz entfallen, ist in diesem Bereich von jährlich ca. 100.000 Übernachtungen auszugehen. Hieraus errechnet sich ein Ausgabevolumen im Lebensmittelsektor von ca. 0,7 Mio. € p. a.

Während der Saison bietet der Europa-Park im Jahresdurchschnitt ca. 3.600 Arbeitsplätze. Während in der Hochsaison mit Saison-Kräften bis zu 5.000 Menschen im Europa-Park arbeiten, werden im Februar, wenn der Park geschlossen ist und lediglich das Konferenzgeschäft weiterläuft, ca. 1.600 Arbeitskräfte eingesetzt. Die Mitarbeiter des Europa-Parks verfügen über ein nahversorgungsbezogenes Kaufkraftpotenzial von ca. 9,5 Mio. € p. a. Hierin enthalten ist allerdings auch das Kaufkraftpotenzial der Arbeitnehmer, die in Rust wohnen.

Abbildung 9: Touristisch bedingtes Kaufkraftpotenzial

Kaufkraftherkunft	Kaufkraft im Lebensmittelbereich in Mio. €
Hotelgäste innerhalb des Europa-Parks	0,1
Tagesgäste des Europa-Parks	1,3
Übernachtungsgäste außerhalb des Europa-Parks in Hotels, Pensionen bzw. Gästehäusern oder bei Privatvermietern	0,6
Übernachtungsgäste außerhalb des Europa-Parks in Ferienwohnungen und auf dem Campingplatz	0,7
Summe	2,7

Quelle: BBE- Berechnungen 2017

5.2 Umsatzleistung und Marktaberschöpfung des Planvorhabens

Die Einschätzung der durch das Planvorhaben zu erwartenden Umsätze bildet die Voraussetzung für die Prognose der ausgelösten Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Vor diesem Hintergrund ist aufbauend auf der Angebots- und Nachfrageanalyse eine Umsatzprognose für das Planvorhaben zu errechnen. Die Berechnung erfolgt auf Basis einer Marktanteilsprognose, mit der die am Vorhabenstandort unter Beachtung der Wettbewerbssituation bindungsfähigen Kaufkraftanteile (= Kaufkraftbindungsquoten) ermittelt werden.

Die Umsatzerwartung hängt dabei zunächst von der Marktbedeutung der zu betrachtenden Betriebsform (Supermarkt) sowie des Betreibers (Edeka) ab. Darüber hinaus nehmen auch die Gesamtattraktivität des Standortes, das ansprechbare Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet sowie die Intensität des Wettbewerbs Einfluss auf den zu erwartenden Umsatz.

In der folgenden Tabelle sind die Umsätze und Kaufkraftbindungsquoten für den geplanten Edeka-Supermarkt für nahversorgungsrelevante Sortimente im Einzugsgebiet zusammengefasst dargestellt. Hieraus lässt sich die mögliche Marktbedeutung des geplanten Supermarktes ableiten. Bei der Berechnung der Kaufkraftbindungsquoten wurden die aktuelle Angebotssituation und die daraus resultierende Versorgungsfunktion in der Gemeinde und im weiteren Untersuchungsgebiet berücksichtigt.¹¹

Nach gutachterlicher Einschätzung kann der geplante Supermarkt ca. 30 % von der im Nahbereich, d. h., in der Gemeinde Rust, vorhandenen nahversorgungsrelevanten Kaufkraft binden (rd. 3,3 Mio. €). Mit einem Marktanteil von bis zu 30 % wird das Planvorhaben eine wichtige nahversorgungsbezogene Bedeutung für die Bevölkerung in der Gemeinde Rust übernehmen.

Im relevanten Umland mit den Gemeinden Rheinhausen, Ringsheim und Kappel-Grafenhausen wird von einer möglichen Marktbindung von bis zu 4 % des dortigen Kaufkraftpotenzials ausgegangen; dies entspricht absolut einer Umsatzmöglichkeit von ca. 1,2 Mio. € p. a.

Bezüglich der Gäste bzw. Besucher in Rust (ohne Mitarbeiter des Europa-Parks) wird bei einem Marktpotenzial bzw. Ausgabevolumen von ca. 2,7 Mio. € und einer unterstellten Bindungsquote von 30 % für das Planobjekt von einer Umsatzmöglichkeit von ca. 0,8 Mio. € p. a. ausgegangen.

Darüber hinaus sind weitere Streuumsätze in Höhe von ca. 0,3 Mio. € zu unterstellen. Diese werden v. a. mit französischen Kunden generiert.

¹¹ Die Umsätze der Bestandsbetriebe sind im Kapitel 4 dargestellt und werden bei der Berechnung der Umsatzumlenkungen nochmals aufgegriffen (vgl. Kap. 6).

Abbildung 10: Marktanteile des geplanten Supermarktes in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Umsatzherkunft	Kaufkraft- potenzial	Bindungsquoten in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz- anteil in %
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Einzugsgebiet, davon	39,4	11	4,5	80
■ <i>Zone I (Gemeinde Rust)</i>	10,9	30	3,3	60
■ <i>Zone II (Rheinhausen, Ringsheim, Kappel-Grafenhausen)</i>	28,5	4	1,2	20
Streuumsätze, davon	<i>./.</i>	<i>./.</i>	1,1	20
■ <i>Europa-Park etc.</i>	2,7	30	0,8	15
■ <i>Sonstige Streuumsätze, u. a. mit französische Kunden</i>	<i>./.</i>	<i>./.</i>	0,3	5
Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt	<i>./.</i>	<i>./.</i>	5,6	100
Nonfood-Sortimente	<i>./.</i>	<i>./.</i>	0,5	<i>./.</i>
Summe	<i>./.</i>	<i>./.</i>	6,1	<i>./.</i>

Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Der geplante Supermarkt mit ca. 1.352 m² Verkaufsfläche und einer zu erwartenden Umsatzleistung von ca. 6,1 Mio. € erreicht somit voraussichtlich eine Flächenproduktivität von ca. 4.510 € je m² Verkaufsfläche. Damit kann der geplante Supermarkt nach eigener Prognose eine Flächenleistung generieren, die über dem Durchschnitt des Edeka-Filialnetzes liegen wird. So liegt laut sekundärstatistischen Daten die durchschnittliche Flächenproduktivität von Edeka-Supermärkten in Deutschland bei ca. 4.410 € je m² Verkaufsfläche.¹²

¹² Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2016/ 2017

6 Auswirkungsanalyse

6.1 Umsatzzumlenkungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurden die Umsätze und Abschöpfungsquoten im Einzugsgebiet des Vorhabens prognostiziert und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der projektierte Supermarkt übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten Umlenkungseffekte gegenüber den Nahversorgungsbetrieben im Untersuchungsgebiet relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den verschiedenen Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird.¹³

Wie bereits dargelegt, ist für einen Supermarkt (ca. 1.352 m² VKF) in Rust in der Worst-Case-Betrachtung ein Umsatz in Höhe von insgesamt max. 6,1 Mio. € zu prognostizieren. Davon wird der Großteil (rd. 5,6 Mio. €) auf die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren entfallen; die sonstigen Sortimente (Randsortimente) werden voraussichtlich rd. 0,5 Mio. € erzielen.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte sind die Gutachter von folgenden Annahmen ausgegangen:

- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Planvorhabens die im Umfeld ansässigen größeren Lebensmittelanbieter – insbesondere die Vollsortimenter – anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt die Tatsache zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

¹³ Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnah Standorte) getroffen.

So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs wie - z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der relativ hohen Einkaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ kurzer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf die durch die geplante Ansiedlung des Supermarktes in Rust zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen:

Abbildung 11: Umverteilungseffekte des Planvorhabens

Umverteilung	Derzeitiger Wettbewerberumsatz ¹	Umsatzumverteilung	Umverteilung
	in Mio. €	in Mio. €	in % des derzeitigen Umsatz ¹
Gemeinde Rust, davon	8,8	3,4	40
■ Edeka (Bestandsmarkt)	3,2	2,9	90
■ Lidl	5,6	0,5	9
Hauptwettbewerber außerhalb von Rust, davon	85,4	2,2	3
■ Ettenheim	43,0	0,9	2
■ Ringsheim	2,8	0,1	5
■ Herbolzheim	29,5	0,6	2
■ Rheinhausen	7,3	0,5	7
■ Kappel-Grafenhausen	2,8	0,1	6
diffuse Umverteilung	./.	0,5	./.
Gesamt	./.	6,1	./.

(*) marginal
¹ Lebensmittelmärkte (inkl. Nonfood-Sortimente)
 Quelle: BBE-Berechnungen 2017 (Rundungsdifferenzen möglich)

Umverteilung in Rust

Der Edeka-Supermarkt wird ca. 3,4 Mio. € seines Umsatzes durch Umsatzzumlenkungen gegenüber den projektrelevanten Lebensmittelanbietern innerhalb der Gemeinde Rust generieren. Der weit überwiegende Teil kommt dabei durch die Schließung des bestehenden Edeka-Marktes zustande. Dabei ist davon auszugehen, dass der Umsatz des am Standort „Alemannenstraße 1“ ansässigen Edeka-Supermarktes im Zuge des Verlagerungsvorhabens mit mindestens 90 % des derzeitigen Umsatzes zum Großteil auf den neuen Standort verlagert wird (ca. 2,9 Mio. €).

Darüber hinaus besteht in der Gemeinde Rust nur noch ein Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt, der innerhalb des Gemeindegebietes als Hauptwettbewerber herangezogen werden kann. Der Umsatzverlust des Lidl-Marktes wird sich aufgrund der Betriebsform als Lebensmitteldiscountmarkt mit max. 9 % des derzeitigen Umsatzes in vergleichsweise engen Grenzen bewegen.

Umverteilung außerhalb der Gemeinde Rust

In der südlich benachbarten **Gemeinde Rheinhausen** beziehen sich die Wettbewerbswirkungen vor allem auf einen Rewe-Supermarkt und einen Treff 3000-Lebensmitteldiscountmarkt. Für diese beiden Lebensmittelmärkte werden Umsatzeinbußen in Höhe von max. 7 % des derzeitigen Umsatzes (insgesamt max. 0,5 Mio. €) prognostiziert.

In der **Gemeinde Kappel-Grafenhausen**, die im Norden an die Gemeinde Rust grenzt, wird durch das Planvorhaben eine Umsatzumverteilungsquote von max. 6 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,1 Mio. €) ausgelöst. Diese Wettbewerbswirkungen treffen hier den ansässigen Edeka-Markt.

In der östlich an Rust angrenzenden **Gemeinde Ringsheim** sind mit max. 5 % des derzeitigen Umsatzes bzw. max. 0,1 Mio. € noch nachweisbare Wettbewerbswirkungen gegenüber den hier ansässigen Norma-Lebensmitteldiscountmarkt zu erwarten.

In den **Städten Ettenheim** und **Herbolzheim**, die über die am besten ausgeprägten nahversorgungsrelevanten Versorgungsstrukturen im Untersuchungsgebiet verfügen, ist mit insgesamt jeweils max. 2 % des derzeitigen Umsatzes ebenfalls noch von quantifizierbaren Umsatzumverteilungseffekten auszugehen.

Die Umsatzumlenkung bei Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb des Untersuchungsgebietes (**diffuse Umverteilung**) liegt bei max. 0,5 Mio. € und verteilt sich auf eine größere Anzahl von Anbietern. Diese diffuse Umverteilung ist insbesondere mit der unmittelbaren Nachbarschaft zum Europa-Park mit einem weit über die Gemeinde Rust ausstrahlendem Einzugsgebiet zu begründen.

6.2 Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Baden-Württemberg

Zur Überprüfung der Verträglichkeit von großflächigen Einzelhandelsprojekten ist der Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (LEP 2002) in Verbindung mit dem Einzelhandelserlass von Baden-Württemberg von 2001 (Rechtskraft) maßgeblich. Unter Berücksichtigung des raumordnerischen Erfordernisses sollen sich danach großflächige Einzelhandelsprojekte (in der Regel ab 800 m² Verkaufsfläche) in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen. Als Regelungen sind gemäß Einzelhandelserlass bezüglich der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu beachten:

- Kongruenzgebot
- Beeinträchtigungsverbot
- Integrationsgebot.

6.2.1 Kongruenzgebot

Gemäß LEP Baden-Württemberg soll die Verkaufsfläche von Einzelhandelsgroßprojekte so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich einer Kommune nicht wesentlich überschreitet.

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg präzisiert diese Regelung und besagt, dass Einzelhandelsgroßprojekte in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren errichtet werden dürfen und sich in ihrer Versorgungsfunktion am regionalplanerisch abgegrenzten Ober-, Mittel- bzw. Nahbereich orientieren sollen. Das Kongruenzgebot ist in der Regel verletzt, wenn mehr als 30 % des Umsatzes eines Einzelhandelsgroßbetriebs aus Räumen generiert werden, die außerhalb des landesplanerischen Verflechtungsbereiches liegen.

Der Umsatzanteil mit Kunden aus Rust (inklusive Europa-Park) wird sich unter den gemachten Annahmen bei ca. 75 % bewegen. Der Umsatzanteil mit Kunden von außerhalb der Gemeinde Rust wird mit ca. 25 % somit bei deutlich unter 30 % liegen. Das Kongruenzgebot wird nicht verletzt.

6.2.2 Beeinträchtungsverbot

Gemäß Beeinträchtungsverbot darf das Vorhaben das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit von zentralörtlichen Versorgungskernen sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen.

Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg liegt eine wesentliche Beeinträchtigung von zentralörtlichen Versorgungskernen (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich dann vor, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen:

„Anhaltswert für eine derartige Annahme ist ein Umsatzverlust bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von rd. 10 % und bei nicht-zentrenrelevanten und nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimenten von rd. 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment“ (vgl. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist von Bedeutung, dass das Planvorhaben mit ca. 1.352 m² Verkaufsfläche einen Nahversorgungsbetrieb in einer marktüblichen Größe darstellt. Neben den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren werden nur in untergeordnetem Umfang sonstige Nonfood-Sortimente (u. a. Tierfutter, Haushaltswaren, Schreib- und Spielwaren, Fotoartikel) angeboten.

Mögliche durch das Vorhaben hervorgerufene Umsatzzumlenkungen bewegen sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen. Als Hauptwettbewerber sind die größeren Lebensmittelmärkte zu bewerten, die im Falle der Ansiedlung eines modernen Supermarktes in Rust am stärksten von Umsatzverlusten betroffen wären. Hierbei werden voraussichtlich die größeren Lebensmittelmärkte im Standortumfeld des verlagerten Edeka-Supermarktes relativ am stärksten betroffen.

Da es sich insgesamt um eine kleinräumige Verlagerung des Edeka-Marktes handelt und eine Nachnutzung der Bestandsimmobilie mit einem vergleichbaren Angebot aufgrund der ungünstigen Standortbedingungen als nicht wahrscheinlich anzusehen ist, ist davon auszugehen, dass ein Großteil des heute durch den am Standort „Alemannenstraße 1“ ansässigen Edeka-Markt generierten Umsatzes auf den neuen Standort verlagert wird.

Beim Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt (als einzigem sonstigen relevanten Wettbewerber in der Gemeinde Rust) liegt im Falle einer Verlagerung und Erweiterung des Edeka-Supermarktes die erwartete Umverteilung mit max. 9 % des derzeitigen Umsatzes auf vergleichsweise hohem Niveau. Unter Berücksichtigung der derzeitigen Wettbewerbsposition und Leistungsfähigkeit des Lidl-Marktes kann jedoch eine durch die Verlagerung und Erweiterung des Edeka-Marktes bedingte Aufgabe ausgeschlossen werden.

Außerhalb der Gemeinde Rust werden Lebensmittelmärkte lediglich von einer Umsatzumlenkung in einer Größenordnung betroffen sein, bei der Existenzgefährdungen einzelner Betriebe grundsätzlich auszuschließen sind.

Das Beeinträchtigungsverbot wird durch das Planvorhaben nicht verletzt werden. Der Schwellenwert von 10 % Umsatzumlenkung gemäß Einzelhandelserlass wird unter den gemachten Annahmen unterschritten.

6.2.3 Integrationsgebot

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet werden soll, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist. „Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen.“ (vgl. Nr. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Der bestehende Edeka-Supermarkt befindet sich in einer Ortsrandlage. Der neue Standort befindet sich ca. 500 Meter vom derzeitigen Standort entfernt und liegt ebenfalls außerhalb eines Ortskerns. Durch die direkte Straßenanbindung über die Franz-Sales-Straße kann der neue Standort relativ gut von den nördlich gelegenen Wohngebieten aus erreicht werden. Auch liegt der Planstandort an der Kreisstraße in unmittelbarer Nachbarschaft zum Europa-Park bzw. zu den Hotels des Freizeitparks. Das hohe Kaufkraftpotenzial der Besucher und Gäste bzw. der Beschäftigten des Parks stellt einen Sonderfall dar.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass der Standort des Bestandsmarktes an der Alemannenstraße keine Entwicklungsmöglichkeiten aufweist, so dass nach den Einzelhandelsentwicklungen im Umland die Zukunftsfähigkeit des Edeka-Marktes als Vollsortimenter am bisherigen Standort stark eingeschränkt ist. Die Versorgungsqualität in der Gemeinde Rust würde durch den neuen Edeka-Supermarkt als Vollsortimenter erhalten und wesentlich verbessert.

Eine regionalplanerische Verträglichkeit konnte mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse dargelegt werden.

7 Fazit der Auswirkungsanalyse

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der in Rust geplanten Ansiedlung eines Edeka-Supermarktes keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten beeinträchtigenden Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Punkten:

- Das Edeka Handelsgesellschaft Südwest mbH plant in der Gemeinde Rust die kleinräumige Verlagerung eines Edeka-Marktes. Im Rahmen der Verlagerung soll der Supermarkt von derzeit ca. 750 m² Verkaufsfläche auf ca. 1.352 m² Verkaufsfläche (einschließlich eines „Backshops“) erweitert werden.
- Das Planvorhaben stellt einen Nahversorgungsbetrieb in einer marktüblichen Größe dar. Die Ausrichtung der vorgehaltenen Waren liegt primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Somit werden auch vom erweiterten Supermarkt neben den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren nur in untergeordnetem Umfang sonstige Nonfood-Sortimente (u. a. Tierfutter, Haushaltswaren, Schreib- und Spielwaren, Fotoartikel) angeboten.
- Gemäß den Prognoseberechnungen erreicht das Gesamtvorhaben eine jährliche Umsatzleistung von insgesamt rd. 6,1 Mio. €. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfällt hiervon ein Anteil von rd. 5,6 Mio. €.
- Der prognostizierte Umsatz wird in erster Linie zu Lasten größerer Lebensmittelmärkte in der Gemeinde Rust und in umliegenden Städten und Gemeinden umverteilt. Es lässt sich festhalten, dass durch die Realisierung des Planvorhabens keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in der Gemeinde Rust ausgelöst werden.

Auch ist aufgrund des zu erwartenden Kaufkraftzuflusses von außerhalb der Gemeinde Rust nicht davon auszugehen, dass dort zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahe Versorgung negativ beeinflusst werden.

Köln, im Mai 2017

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte



i. V. Jörg Lehnerdt